

# 地方における中央卸売市場の役割とその評価

—— 奈良県中央卸売市場におけるアンケート調査結果の分析を通じて ——

浦 出 俊 和  
宇 山 満  
三田村けんいち  
香 川 文 庸

## 1. はじめに

1971年に制定された卸売市場法は、消費者の生活にとって不可欠な生鮮食料品の安定供給のために、卸売市場を必須の社会資本として位置づけ、市場施設の整備と市場が果たす流通機能の強化、さらに高度化を図ることを目的とした。その具体的な特徴としては、①開設者による仲卸業者の許可制と売買参加者の承認制、②セリ・入札及び委託集荷原則、相対取引・買付集荷などの規定整備、③地方卸売市場に対する規定整備、などがあげられる。

このように、卸売市場は生鮮食料品流通の要として位置づけられ、生鮮食料品等の効率的で安定した供給と適正な価格形成を確保する上で、これまで中心的な役割を担ってきた。しかし、高度経済成長期以降、生産地やスーパー業界の統合大型化、物流の集約化や広域化、多品目「業態」流通への変化が生じ、さらに平成年代に入って、輸入食料品、加工食料品の増加、外食・中食に見られるような消費スタイルの変化、情報化の進展など、卸売市場を取り巻く流通システムそのものが激変した。このことは、卸売市場におけるセリ取引を減少させるだけでなく、市場取扱量・金額そのものの減少をもたらし、その結果、市場関連事業者の経営悪化が顕著となっている。

キーワード：中央卸売市場、市場経由率、実需者、市場機能

国は、このような実態を後追いする形ではあるが、卸売市場法を幾度となく改正し、取引規制の緩和を軸とした市場の再編等により、効率的かつ安全安心な市場流通への転換を促そうとしてきた。近年では、地方の中央卸売市場において、地方卸売市場への転換、指定管理者制度の導入や、さらには民営化などへの動きが始まってきている。その背景には、市場取扱量・金額の減少によって、地方公共団体の市場会計が圧迫され、市場整備や市場運営に対して、公的資金を投入することの妥当性そのものが問われるようになってきたこともあげられる。さらに、第8次卸売市場整備基本方針（2004年）において、中央卸売市場の再編・淘汰が打ち出され、その後の第9次卸売市場整備基本方針（2010年）においては、中央卸売市場を「中央拠点市場（一部の大規模中央卸売市場）」と「周辺市場（それ以外の中央卸売市場）」とに再編する方針が示されている現状において、多くの地方における中央卸売市場がその存在意義を問われている。

本稿では、第9次卸売市場整備基本方針において、「中央拠点市場」に位置づけられた奈良県中央卸売市場<sup>1)</sup>を事例とし、中央卸売市場での取引に直接・間接に関連する各種経済主体の行動の特徴とそのメカニズムや、それを支える主体の意識を明らかにすることを目的とする。奈良県中央卸売市場は、開設から30年余りが経過し、施設の老朽化が甚だしくなっているとともに、他地方の中央卸売市場と同様に、生鮮食料品等の流通チャネルの多様化や生産者の組織化、そして小売業界の構造変化などの市場を取り巻く環境が大きく変化してきている。当該市場は、県下唯一の中央卸売市場であることから、それが果たしている役割を把握しやすく、同時に、隣接する大阪府・京都府には高い市場間競争力を有する中央卸売市場が開設されていることから、市場間競争に直面している多くの地方の中央卸売市場と同様の課題を抱えている。

そこで本稿では、奈良県中央卸売市場の市場関係者・実需者に対して実施したアンケート調査結果の分析を通じて、奈良県中央卸売市場の役割と評価

---

1) 拠点市場として位置づけられたのは、青果部のみである。

を明らかにすることによって、地方における中央卸売市場が果たすべき役割とその存在意義について明らかにする。

## 2. 奈良県中央卸売市場の現状と県内供給量の実態

奈良県中央卸売市場は、1977年に全国で最初の県営中央卸売市場として開場した。開設区域は、奈良市、天理市、橿原市、大和郡山市、大和高田市、御所市、桜井市、生駒市など、県北西部の人口密集地域をほぼ網羅しており、県総人口に対する開設区域内人口は約9割を占めている。当該市場の関係事業者は、卸売業者4社（青果部2社、水産物部2社）、仲卸業者（青果部24社、水産物部29社）、関連事業者37社、売買参加者169人（青果部135人、水産物部34人）で構成されている。

表1は、2000年から2011年までの奈良県中央卸売市場の取扱高の動向を見たものである。数量ベースと金額ベースを並記して示している。さらに、2000年を100とする指数も示している。2011年の取扱高は、青果部142,468t、水産物部17,821tであり、金額ベースでは、青果部約292.9億円、水産物部約147.7億円であった。

基本的に「野菜」に関しては、2000年以降2007年までは、数量ベースでも金額ベースでも明瞭なトレンドは観察されないが、近年は下降トレンドが観察される。また、「果実」に関しては、数量ベースでも金額ベースでも明瞭な下降トレンドが観察される。水産物部においても同様であり、「鮮魚」「冷凍」「塩干」に関して、数量ベースでも金額ベースでも明瞭な下降トレンドが観察される。

以上のように、いずれの部門においても、取扱高には明瞭な下降トレンドが存在する。その結果、2000年を100とする指数では、2011年時点で「野菜」が93.7、「果実」が77.0、「鮮魚」が64.7、「冷凍」が72.7、「塩干」が57.5（いずれも、数量ベース）となっている。しかし、これらをピーク時の取扱高と比較すると、「野菜」が85.2（2005年）、「果実」が66.6（1977年）、「鮮魚」が59.4（1992年）、「冷凍」が43.1（1988年）、「塩干」が

48.9（1993年）となり、「野菜」以外では、ピーク時と比較して大幅な減少となっていることが分かる。

表1 奈良県中央卸売市場の取扱高の推移

(実数)										
年	青果部				水産物部					
	野菜		果実		鮮魚		冷凍		塩干	
	トン	千円	トン	千円	トン	千円	トン	千円	トン	千円
2000	117,738	23,103,827	41,795	11,027,985	13,134	11,168,151	3,659	3,941,196	11,581	7,924,197
2001	122,012	21,251,501	44,046	10,483,415	13,297	11,105,375	4,038	3,905,383	11,219	7,946,817
2002	123,380	24,303,668	42,066	10,320,904	12,158	10,360,010	3,972	3,713,327	11,137	7,838,162
2003	129,391	24,664,080	40,799	10,123,482	12,026	9,813,076	3,883	3,296,061	11,687	7,933,171
2004	128,218	25,115,520	39,823	10,818,499	11,165	9,334,346	3,507	3,123,068	10,937	7,610,806
2005	129,395	23,467,462	42,309	10,182,205	10,923	8,963,512	3,240	2,981,692	9,974	7,260,970
2006	120,749	21,804,024	36,382	10,504,001	9,883	8,827,549	3,454	3,341,373	8,529	6,420,469
2007	121,448	21,565,200	37,186	10,035,761	10,053	8,651,962	3,416	3,309,659	8,011	5,942,214
2008	112,801	20,285,773	37,092	9,136,116	9,573	8,214,783	3,411	3,091,332	7,499	5,675,409
2009	116,724	20,690,868	37,671	8,455,956	9,257	7,633,365	3,406	2,771,449	7,263	5,316,929
2010	108,779	22,177,875	31,679	9,173,402	9,166	7,562,344	2,862	2,795,860	7,095	5,103,893
2011	110,292	20,558,437	32,176	8,729,033	8,500	7,117,014	2,659	2,730,312	6,662	4,922,064

(2000年を100とする指数)

年	青果部				水産物部					
	野菜		果実		鮮魚		冷凍		塩干	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
2000	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
2001	103.6	92.0	105.4	95.1	101.2	99.4	110.4	99.1	96.9	100.3
2002	104.8	105.2	100.6	93.6	92.6	92.8	108.6	94.2	96.2	98.9
2003	109.9	106.8	97.6	91.8	91.6	87.9	106.1	83.6	100.9	100.1
2004	108.9	108.7	95.3	98.1	85.0	83.6	95.8	79.2	94.4	96.0
2005	109.9	101.6	101.2	92.3	83.2	80.3	88.5	75.7	86.1	91.6
2006	102.6	94.4	87.0	95.2	75.2	79.0	94.4	84.8	73.6	81.0
2007	103.2	93.3	89.0	91.0	76.5	77.5	93.4	84.0	69.2	75.0
2008	95.8	87.8	88.7	82.8	72.9	73.6	93.2	78.4	64.8	71.6
2009	99.1	89.6	90.1	76.7	70.5	68.3	93.1	70.3	62.7	67.1
2010	92.4	96.0	75.8	83.2	69.8	67.7	78.2	70.9	61.3	64.4
2011	93.7	89.0	77.0	79.2	64.7	63.7	72.7	69.3	57.5	62.1

資料：奈良県中央卸売市場「年報」各年版

次に、2007年度を基準とした公表値等に基づいた、奈良県内生産高と県内需給量についての奈良県農林部の推計<sup>2)</sup>をまとめると以下の通りである。

まず、県内で生産される青果物の生産量約7万tのうち、奈良県中央卸売市場を通じて約1.1万tに相当する量が県民に対して供給され、また約1万tが県外へ販売されている。要するに、合計約2.1万tに相当する量を奈良県中央卸売市場で取り扱っていることになる。言い換えれば、県内生産量の

2) 推計に当たっては、①国民1人・1年当たり供給量：野菜93.9kg、果実41.3kg、魚介類31.9kg（農林水産省「食品需給表」による）、②奈良県推計人口1,406,456人（H20.6.1）としている。

29.6%しか奈良県中央卸売市場で取り扱っていないことになる。奈良県の農業生産者は、大規模経営が少なく、独自の販売手段を持たない場合が多いため、奈良県中央卸売市場の持つ集荷・分荷機能は重要であるにも関わらず、奈良県農業に対する役割は十分に果たされていないと考えられる。

一方、県内で消費される青果物の消費量約19万tのうち、約10万t(50.4%)に相当する量を奈良県中央卸売市場で取り扱っている。また、県内消費量約19万tのうち約15万t(80.0%)を県外産品に依存していることから、県内自給率が低いことが分かる。しかし、県外産品約15万tのうち約8.9万t(53.5%)に相当する量を奈良県中央卸売市場で取り扱っており、県内消費における奈良県中央卸売市場が果たしている役割の大きさが示唆される。また、水産物については、奈良県が内陸県であるという地理的特性を反映し、県内消費量約4.5万tのうちのほとんどを県外に依存しているが、そのうち約1.9万t(42.3%)を奈良県中央卸売市場で取り扱っている。

以上のように、青果物、水産物ともに、県内消費に対する奈良県中央卸売市場の集荷・分荷機能は、決して無視できない水準にあると評価できる。しかし、全国レベルの「卸売市場経由率」は約6割であり、それと比較すると、奈良県中央卸売市場は、むしろ、低い水準にあると言える。

### 3. 県内実需者の動向とその意向

#### (1) 調査方法と回答者属性

奈良県中央卸売市場に対する利用者評価を明らかにすることを目的として、実需者に対してアンケート調査を実施した。具体的には、NTTのタウンページデータベースを用い、奈良県内の「食料品販売業」「食品加工・販売業」「飲食業」「宿泊業」を中心とする食品関連の事業者を対象とし、地域および業種の偏りが生じないように留意しながらサンプリングを行った事業者に対してアンケート調査を実施した。アンケート調査票は、郵送で配布し、その後、調査員の直接訪問によって調査票の回収を行った。

2010年2月に、奈良県内の食品関連の事業者4,894件の中から782事業

者を抽出してアンケート調査票を郵送配布し、同年2月～3月の期間に、354件の調査票を回収したので、回収率は45.3%となった。回収されたアンケート調査票のうち、有効回答数は352件であり、有効回答率は、45.0%となった。有効回答数352件の業態の内訳は、飲食業が約6割を占め、また、回答者の2009年度の1年間の売上規模をみると、3000万円以下の事業者が4割弱を占めている（表2、表3）。

表2 回答者の業態

	度数	構成比
食料品販売業	46	13.1%
食品加工・販売業	43	12.2%
飲食業	212	60.2%
宿泊業	23	6.5%
その他	2	0.6%
不明	26	7.4%
合計	352	100.0%

表3 回答者の年間売上規模(2009年度実績)

	度数	構成比
5000千円以下	50	14.2%
5000～10000千円	40	11.4%
10000～30000千円	39	11.1%
30000～50000千円	16	4.5%
50000～100000千円	19	5.4%
100000～500000千円	27	7.7%
500000～1000000千円	8	2.3%
1000000千円～	5	1.4%
不明	148	42.0%
合計	352	100.0%

## (2) 回答者の仕入れ行動

回答者のうち、約5割の事業者が、何らかの品目を奈良県中央卸売市場から仕入れていた。これは、上述した奈良県中央卸売市場の市場経由率の推計と同様の結果であり、県内の実需者の実態を反映したものであることを示唆していると言えよう。

表4 奈良県中央卸売市場からの仕入れの有無

	度数	構成比
仕入れている	175	49.4%
仕入れていない	172	48.6%
奈良県中央卸売市場の存在を知らない	5	1.4%
合計	352	100.0%

次に、奈良県中央卸売市場から仕入れを行っている回答者のみを対象として、品目毎（野菜・果実・鮮魚・冷凍水産物）に、業態別の奈良県中央卸売市場からの仕入れ割合の分布を示したのが表5である。全体を見ると、奈良県中央卸売市場から5割以上の仕入れを行っている回答者の占める割合が最も高いのは鮮魚で51.4%、次いで野菜が48.0%、果実37.1%、冷凍水産物33.7%と続いており、鮮魚および野菜において、奈良県中央卸売市場の利用率が高いものの、果実・冷凍水産物においては、利用率が相対的に低いことが分かる。

また、業態別に見ると、食料品販売業、次いで、宿泊業において、奈良県中央卸売市場から仕入れている事業者の比率が高く、食品加工・販売業や飲食業では、相対的に低いという結果が得られた。

表5 奈良県中央卸売市場における業態別仕入れ割合別構成比

(野菜)

	仕入れ無し	10%まで	10～30%まで	30～50%まで
食料品販売業	25.0%	0.0%	3.6%	0.0%
食品加工・販売業	20.0%	12.0%	24.0%	4.0%
飲食業	28.0%	7.5%	7.5%	11.8%
宿泊業	41.7%	0.0%	8.3%	0.0%
その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
全体	27.4%	6.9%	10.3%	7.4%

	50～70%まで	70～90%まで	90～99%まで	100%
	14.3%	28.6%	0.0%	28.6%
	8.0%	4.0%	8.0%	20.0%
	9.7%	15.1%	8.6%	11.8%
	0.0%	33.3%	0.0%	16.7%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	8.6%	17.1%	5.7%	16.6%

## (果実)

	仕入れ無し	10%まで	10～30%まで	30～50%まで
食料品販売業	21.4%	0.0%	3.6%	0.0%
食品加工・販売業	60.0%	4.0%	4.0%	4.0%
飲食業	53.8%	3.2%	4.3%	10.8%
宿泊業	50.0%	0.0%	8.3%	0.0%
その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
全体	49.1%	2.3%	5.1%	6.3%

50～70%まで	70～90%まで	90～99%まで	100%
14.3%	14.3%	7.1%	39.3%
4.0%	8.0%	4.0%	12.0%
0.0%	10.8%	4.3%	12.9%
0.0%	25.0%	0.0%	16.7%
0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
3.4%	12.0%	4.0%	17.7%

## (鮮魚)

	仕入れ無し	10%まで	10～30%まで	30～50%まで
食料品販売業	35.7%	3.6%	0.0%	0.0%
食品加工・販売業	16.0%	12.0%	0.0%	12.0%
飲食業	28.0%	7.5%	8.6%	12.9%
宿泊業	8.3%	0.0%	8.3%	0.0%
その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
全体	28.0%	6.3%	5.1%	9.1%

50～70%まで	70～90%まで	90～99%まで	100%
3.6%	0.0%	7.1%	50.0%
12.0%	12.0%	4.0%	32.0%
4.3%	9.7%	3.2%	25.8%
16.7%	16.7%	0.0%	50.0%
0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
6.3%	8.6%	4.0%	32.6%

## (冷凍水産物)

	仕入れ無し	10%まで	10～30%まで	30～50%まで
食料品販売業	46.4%	7.1%	3.6%	3.6%
食品加工・販売業	44.0%	8.0%	8.0%	8.0%
飲食業	41.9%	11.8%	6.5%	9.7%
宿泊業	8.3%	8.3%	16.7%	8.3%
その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
全体	42.9%	9.1%	6.3%	8.0%

50～70%まで	70～90%まで	90～99%まで	100%
0.0%	0.0%	7.1%	32.1%
4.0%	4.0%	8.0%	16.0%
3.2%	8.6%	0.0%	18.3%
16.7%	16.7%	0.0%	25.0%
0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
4.0%	6.3%	2.3%	21.1%



## (3) 実需者の奈良県中央卸売市場に対する意向

奈良県中央卸売市場から仕入れを行っている回答者の奈良県中央卸売市場に対する評価を明らかにするために、評価項目毎に5段階（大変良い=5, 良い=4, 普通=3, 良くない=2, 悪い=1）で評価した点数について、評価項目毎の平均値を求めたところ（表6）、全体では、最も評価が高くなった項目は「鮮度・品質」であり、次いで「注文品の入手確実性」「大量商品の確保」であった。逆に、最も低い評価項目は「銘柄農産品など付加価値商品の入手」であり、次いで「消費動向の情報の入手」「品揃えの豊富さ」となった。これら以外に相対的に評価が低い項目としては「生産履歴の情報の入手」「産地情報の入手」「地元の商品の入手」があげられる。つまり、中央卸売市場の重要な機能である集荷機能および情報機能が、その役割を果たせていないことを示している。これを業態別に比較すると、食料品販売業者では、最も評価が高い項目は「鮮度・品質」であり、最も評価が低い項目は「品揃えの豊富さ」であった。食品加工・販売業では、最も評価が高い項目は、同様に「鮮度・品質」であるが、最も評価が低い項目は「産地情報の入手」であった。飲食業では、最も評価が高い項目は「鮮度・品質」であり、最も評価が低い項目は「銘柄農産品など付加価値商品の入手」であった。最後の宿泊業では、最も評価が高い項目は「衛生管理」であり、最も評価が低い項目は「銘柄農産品など付加価値商品の入手」であった。このように、業態間で若干の差異があるものの、評価の傾向は同じであることが分かる。

表6 奈良県中央卸売市場に対する評価(平均点)

評価項目	全体	食料品販売業	食品加工・販売業	飲食業	宿泊業
鮮度・品質	3.36	3.19	3.38	3.31	3.50
衛生管理	3.13	2.96	3.00	3.07	3.75
品揃えの豊富さ	2.81	2.48	2.82	2.76	3.33
銘柄農産品など付加価値商品の入手	2.73	2.26	2.89	2.71	2.82
生産履歴の情報の入手	2.83	2.55	2.68	2.79	3.18
地元の商品の入手	2.93	2.67	2.90	2.96	3.09
大量の商品の確保	3.17	2.95	2.86	3.15	3.64
少量販売への対応	3.00	2.64	3.10	2.98	2.90
注文品の入手の確実性	3.34	3.16	3.29	3.29	3.40
急な注文への対応	3.09	2.92	2.80	3.10	3.55
産地情報の入手	2.92	2.78	2.57	2.94	3.17
消費動向の情報の入手	2.78	2.65	2.65	2.72	3.10

そこで、これらの各項目のうち、最も重要なものを一つあげてもらったところ、表7に示す結果となった。57.4%の回答者が「鮮度・品質」という項目をあげており、次いで「品揃えの豊富さ」が18.6%であった。この傾向は、業態別でも同じ結果となっており、どの業態においても過半数の回答者が「鮮度・品質」を重視していると回答している。上述の各評価項目に対する評価結果と合わせると、実需者が最も重視する「鮮度・品質」に関しては、現状の奈良県中央卸売市場は、ある程度高い評価を得ている一方で、次いで重要視されている「品揃えの豊富さ」に関しては、その評価は低く、重要な課題の一つとなっていると言える。

表7 奈良県中央卸売市場に対する評価(重視点)

評価項目	全体	食料品販売業	食品加工・販売業	飲食業	宿泊業
鮮度・品質	57.4%	61.1%	50.0%	58.1%	70.0%
衛生管理	4.7%	5.6%	5.6%	4.1%	10.0%
品揃えの豊富さ	18.6%	16.7%	22.2%	18.9%	20.0%
銘柄農産品など付加価値商品の入手	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
生産履歴の情報の入手	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
地元の商品の入手	2.3%	0.0%	0.0%	4.1%	0.0%
大量の商品の確保	0.8%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%
少量販売への対応	5.4%	0.0%	16.7%	4.1%	0.0%
注文品の入手の確実性	3.9%	5.6%	0.0%	5.4%	0.0%
急な注文への対応	3.9%	5.6%	0.0%	2.7%	0.0%
産地情報の入手	0.8%	0.0%	5.6%	0.0%	0.0%
消費動向の情報の入手	1.6%	5.6%	0.0%	1.4%	0.0%

次に、奈良県中央卸売市場における重要な機能の一つである価格形成機能についての評価（「分からない」とする回答を除く）を示したのが表8である。すべての項目において50%以上の評価を得ていることが分かる。特に、価格形成機能として評価が高い項目は「需給状況を反映した価格が形成されている」と「安定的な価格が形成されている」であり、実需者にとっては、価格形成機能が有効に機能していることを示している。また、評価が最も低かった項目が「価格形成の透明性が確保されている」となったのは、現状の奈良県中央卸売市場における取引の大半がセリ取引ではなく、相対取引であることが反映されているからであり、このことは同時に「安定的な価格が形成されている」という項目に対する評価を高めたと考えられる。

表8 価格形成機能についての評価

項目	はい	いいえ
需給状況を反映した価格が形成されている	68.5%	31.5%
価格形成の透明性が確保されている	50.7%	49.3%
公平な価格が形成されている	57.4%	42.6%
安定的な価格が形成されている	67.3%	32.7%
商品評価と価格が一致している	57.7%	42.3%

さらに、奈良県中央卸売市場において、必要と思われる市場機能の高度化に関する項目について尋ねたところ（表9）、実需者が最も求める市場機能の高度化の内容は「全体的な品揃えの充実」（66.9%）, 「地元産品の品揃えの充実」（51.8%）といった卸売市場の集荷機能に基づく品揃えの充実であり、次いで「商品情報の充実」（36.7%）, 「『産地動向』『消費動向』情報の充実」（23.5%）といった情報機能の充実であることが示された。

一方、「低温卸売場や冷蔵庫等のコールドチェーンの整備」（15.7%）, 「保管施設・機能の整備」（14.5%）, 「情報発信機能強化のためのIT機能の導入」（10.8%）といった施設整備を伴う機能の高度化は、必ずしも必要とされていない結果となった。

表9 実需者にとっての市場機能の高度化の必要項目（複数回答）

	度数	構成比
全体的な品揃えの充実	111	66.9%
地元産品の品揃えの充実	86	51.8%
低温卸売場や冷蔵庫等のコールドチェーンの整備	26	15.7%
保管施設・機能の整備	24	14.5%
加工・調製施設・機能の整備	14	8.4%
仕分け・配送施設・機能の整備	12	7.2%
荷捌きスペースの拡充	11	6.6%
商物分離取引の導入	4	2.4%
「産地動向」「消費動向」情報の充実	39	23.5%
トレーサビリティの導入	9	5.4%
商品情報の充実	61	36.7%
物流効率化のためのIT機能の導入	7	4.2%
情報発信機能強化のためのIT機能の導入	18	10.8%
取引効率化のためのIT機能の導入	4	2.4%
その他	10	6.0%

以上、奈良県中央卸売市場から仕入れを行っている実需者の意向を見てきたが、最後に、奈良県中央卸売市場から仕入れを行っていない実需者の回答

から、仕入れを行っていない理由について考察する。表10は、その理由の一覧である。この表からは、決定的な理由を読み取ることはできないが、「自社独自の商品づくりのため」(17.4%)、「物流の効率化のため」(16.9%)、「物流コストが高くなるから」(16.3%)といった理由が相対的に高く、物流面が課題の一つであると考えられる。「その他」(52.3%)の内容について、記述回答を見てみると、「独自ルートがある」「距離が遠い」などの理由が多く見られる。特に、奈良県中央卸売市場との距離に関して、仕入れをしている回答者の市場への平均所要時間が約30分であるのに対して、仕入れをしていない回答者の平均所要時間が約50分であることから、立地条件（距離）も重要な要因の一つであると考えられる。

表10 奈良県中央卸売市場から仕入れていない理由(複数回答)

	度数	構成比
欲しい商品がない	22	12.8%
欲しい商品は入荷するが、数量を確保できない	10	5.8%
安定的に商品を確保できない	18	10.5%
価格面で折り合いがつかない	19	11.0%
顧客の要望	1	0.6%
自社独自の商品づくりのため	30	17.4%
物流の効率化のため	29	16.9%
物流コストが高くなるから	28	16.3%
その他	90	52.3%

#### 4. 奈良県中央卸売市場関係者の評価

##### (1) 調査方法と回答者属性

2011年2月に奈良県中央卸売市場の市場関係者である仲卸業者（青果および水産）・関連事業者・売買参加者を対象としたアンケート調査を実施した。なお、売買参加者に関しては、青果部の全登録事業者のうち年間売上が900万円以上の事業者46社および水産部の全登録事業者37社を対象に、郵送にて調査票の配布・回収を行った。有効回答数は、仲卸業者51件（青果24、水産27）、関連事業者27件、売買参加者34件の合計112件であり、回答者の2010年度の取扱高の分布は、表11に示す通りである。

表 11 回答者の 2010 年度の取扱高

	青果仲卸		水産仲卸		関連事業者		売買参加者		合計	
10000千円未満	0	0.0%	1	3.7%	1	3.7%	6	17.6%	8	7.1%
100000千円以上1000000千円未満	5	20.8%	1	3.7%	11	40.7%	10	29.4%	27	24.1%
1000000千円以上5000000千円未満	4	16.7%	10	37.0%	3	11.1%	4	11.8%	21	18.8%
5000000千円以上10000000千円未満	2	8.3%	1	3.7%	0	0.0%	1	2.9%	4	3.6%
10000000千円以上20000000千円未満	4	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	3.6%
20000000千円以上30000000千円未満	2	8.3%	1	3.7%	0	0.0%	0	0.0%	3	2.7%
30000000千円以上	3	12.5%	0	0.0%	1	3.7%	1	2.9%	5	4.5%
不明	4	16.7%	13	48.1%	11	40.7%	12	35.3%	40	35.7%
合計	24	100.0%	27	100.0%	27	100.0%	34	100.0%	112	100.0%

## (2) 市場機能に対する評価

卸売市場が持つ機能のうち、最も重要である価格形成機能に関して、「需給状況の反映」「透明性」「公平性」「安定性」「商品評価との一致性」の5項目に対する市場関係者の評価（当該機能を有する＝「はい」）を見ると（表12）、売買参加者が5項目すべてにおいて、他の業者よりも低い評価結果となった。つまり、市場外の業者の方が、現状の奈良県中央卸売市場の価格形成機能に対して厳しい評価を下していることになる。一方、仲卸業者では、5項目のうち「需給状況の反映」に対する評価が総じて高く、他の4項目については低い評価結果となっている。青果仲卸業者と水産仲卸業者を比較すると、ほとんどの項目において青果仲卸業者の方が低い評価となっており、特に「公平性」については、非常に低い評価結果となっている。つまり、奈良県中央卸売市場における現状の価格形成機能は、市場関係者にとって満足の得られるものとなっていないと言える。

表 12 市場関係者の市場機能に対する評価

	青果仲卸		水産仲卸		関連事業者		売買参加者	
	はい	いいえ	はい	いいえ	はい	いいえ	はい	いいえ
需給状況を反映した価格を形成	50.0%	50.0%	43.8%	56.3%	50.0%	50.0%	26.1%	73.9%
価格形成の透明性が確保	23.5%	76.5%	33.3%	66.7%	60.0%	40.0%	19.0%	81.0%
公平な価格が形成	6.7%	93.3%	31.3%	68.8%	52.9%	47.1%	20.0%	80.0%
安定的な価格が形成	35.3%	64.7%	31.3%	68.8%	50.0%	50.0%	24.0%	76.0%
商品評価と価格が一致	29.4%	70.6%	47.1%	52.9%	50.0%	50.0%	22.2%	77.8%

次に、奈良県中央卸売市場の市場機能の拡充に関する重要項目を尋ねた結果を表13に示す。全体で見ると、最も求められる項目としては「全体的な品揃えの充実」であり、次いで「地元産品の品揃えの充実」「商品情報の充

実」となっている。業種別に見ると、仲卸業者では「低温卸売場や冷蔵庫等のコールドチェーンの整備」や「『産地動向』『消費動向』情報の充実」が重要項目としてあげられている。つまり、集荷機能の向上が最も求められている項目であり、同時に、コールドチェーンに対応する施設整備が必要とされている。さらに、「産地情報」「消費動向」「商品情報」等の情報の充実が求められていることが分かる。

表13 市場関係者にとっての市場機能の高度化の必要項目(複数回答)

	青果仲卸	水産仲卸	関連事業者	売買参加者	全体
全体的な品揃えの充実	54.2%	85.2%	70.4%	76.5%	72.3%
地元産品の品揃えの充実	58.3%	11.1%	48.1%	44.1%	40.2%
低温卸売場や冷蔵庫等のコールドチェーンの整備	45.8%	37.0%	7.4%	23.5%	27.7%
保管施設・機能の整備	16.7%	11.1%	14.8%	11.8%	13.4%
加工・調製施設・機能の整備	4.2%	0.0%	0.0%	2.9%	1.8%
仕分け・配送施設・機能の整備	8.3%	11.1%	11.1%	14.7%	11.6%
荷捌きスペースの拡充	16.7%	0.0%	0.0%	8.8%	6.3%
商物分離取引の導入	4.2%	0.0%	0.0%	8.8%	3.6%
「産地動向」「消費動向」情報の充実	37.5%	33.3%	18.5%	32.4%	30.4%
トレーサビリティの導入	8.3%	3.7%	7.4%	5.9%	6.3%
商品情報の充実	20.8%	51.9%	51.9%	35.3%	40.2%
物流効率化のためのIT機能の導入	0.0%	0.0%	3.7%	0.0%	0.9%
情報発信機能強化のためのIT機能の導入	12.5%	7.4%	7.4%	5.9%	8.0%
取引効率化のためのIT機能の導入	4.2%	3.7%	3.7%	2.9%	3.6%
その他	4.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

特に、地元産品の品揃えの充実に関して、青果仲卸業者の地元産品の取り扱いに対する評価を見ると(表14)、入荷量・品目数が少ないという回答が得られた。また、品質のばらつきが大きいというマイナス評価も高く、奈良県中央卸売市場における地元産品に対する評価の低さがうかがえる。このことは、県内生産量の29.6%しか奈良県中央卸売市場で取り扱っていないことが反映されていると考えられる。

表14 奈良県中央卸売市場における地元産品の取扱に対する評価(青果仲卸)

	多い	普通	少ない	不明	合計
入荷量	4.2%	25.0%	66.7%	4.2%	100.0%
品目数	0.0%	29.2%	66.7%	4.2%	100.0%
品質	0.0%	75.0%	20.8%	4.2%	100.0%
品質のばらつき	58.3%	33.3%	4.2%	4.2%	100.0%
ロットの大きさ	0.0%	50.0%	45.8%	4.2%	100.0%
顧客のニーズ	29.2%	45.8%	20.8%	4.2%	100.0%
価格	20.8%	70.8%	4.2%	4.2%	100.0%

また、表 15 に見られるように、市場関係者は、奈良県中央卸売市場の近隣府県の中央卸売市場に対する競争力が低いと判断している。これは、市場間競争力の強化の必要性を示唆しており、そのためには、他市場との差別化を図り、独自性を創出することが求められる。

表 15 近隣府県の中央卸売市場と比較した競争力に対する評価

	おおいにある	ややある	普通	あまりない	ほとんどない	分らない	不明	合計
青果仲卸	12.5%	12.5%	33.3%	29.2%	12.5%	0.0%	0.0%	100.0%
水産仲卸	3.7%	11.1%	18.5%	22.2%	37.0%	3.7%	3.7%	100.0%
関連事業者	11.1%	11.1%	7.4%	37.0%	22.2%	7.4%	3.7%	100.0%
売買参加者	2.9%	2.9%	11.8%	41.2%	26.5%	14.7%	0.0%	100.0%
合計	7.1%	8.9%	17.0%	33.0%	25.0%	7.1%	1.8%	100.0%

## 5. まとめ－奈良県中央卸売市場の評価と意義－

アンケート調査結果から、現在、奈良県中央卸売市場の抱える主要な課題が、①全体的な品揃えの充実、②地元産品の品揃えといった集荷機能の向上であることが明らかとなった。

価格形成機能については、実需者から一定の評価を得られているものの、市場関係者からは厳しい評価となった。また、情報機能の充実については、実需者、市場関係者双方から求められている。これらの諸機能が不十分であるという評価は、奈良県中央卸売市場の利用率の低下の要因であり、言い換えれば、取扱高の下降トレンドの要因となっていると考えられる。

流通チャンネルが多様化し、市場外流通の割合が高まっている現状において、中央卸売市場の存在意義という観点からは、奈良県中央卸売市場が県内消費に対して果たしている役割が大きいことがあげられる。これは、いわゆる大型量販店ではなく、中小のスーパーを始めとする地元の実需者に対して一定の役割を果たしている結果であると考えられる。しかし、上述した諸機能の向上を図らなければ、その存在意義も低下するであろう。その背景には、市場関係者の評価に見られるように、奈良県中央卸売市場の近隣府県の中央卸売市場に対する競争力の低さがあることは言うまでもない。

一方、県内消費に対する役割だけでなく、地域農業に対して果たすべき役

割にも注目すべきである。奈良県中央卸売市場の場合、青果物における県内生産量の約3割しか取り扱っておらず、地域農業に対して十分な役割を果たせていないことは、奈良県中央卸売市場の存在意義を考える上で、重要な観点である。

地方における中央卸売市場にとって、取扱高の減少は、その存在意義を失っていくことを意味する。特に、奈良県中央卸売市場と同様に、大規模中央卸売市場が近隣に立地している地方の中央卸売市場は、厳しい市場間競争に直面している。この場合、単に取扱高の維持・向上のみを目的とした品揃えの充実を図ったとしても、当該地方における中央卸売市場としての本来的な役割を果たしたとは言えず、その存在意義も高まるとは考えられない。奈良県中央卸売市場に対する評価に見られるように、地方における中央卸売市場が重視すべき役割は、地元の実需者に対する役割や、地元産地（地域農業）に対して果たす役割であり、その向上によって、中央卸売市場としての存在意義も高まると考えられる。そのためには、他市場との差別化を図り、独自性を創出することによって、市場間競争力を強化することが求められる。具体的には、域内の各産地に対する集荷サービス体制を構築し、地元産品の品揃えを充実することが、地方における中央卸売市場にとって、今求められている課題であり、そのためには、地元農家の意見を反映した取り組みが必要不可欠である。

＜付記＞本稿は、「平成21年度奈良県中央卸売市場のあり方検討事業」および「平成22年度奈良県中央卸売市場のあり方基本構想策定事業」において実施したアンケート調査結果に基づいて取りまとめたものである。

#### 参考文献

- 一瀬裕一郎「青果物卸売市場流通の変容と市場販売の課題」『農中総研 調査と情報』第8号, pp.10-11, 2008年



宇山満・三田村けんいち・浦出俊和『平成 21 年度奈良県中央卸売市場のあり方検討事業調査報告書』近畿大学, 2010 年

宇山満・三田村けんいち・浦出俊和・香川文庸『平成 22 年度奈良県中央卸売市場のあり方基本構想策定事業調査報告書』近畿大学, 2011 年

滝澤昭義・甲斐諭・細川允史・早川治編『食料・農産物の流通』筑波書房, 2003 年

中安章『消費構造の変化と青果物流通』農林統計協会, 1996 年

藤島廣二・安部新一・宮部和幸・岩崎邦彦『食料・農産物流通論』筑波書房, 2009 年

藤井憲雄「中央卸売市場における物流機能の変化と市場整備方向」『物流問題研究』No.51, pp.1-16, 2008 年

細川允史『変貌する青果物卸売市場』筑波書房, 1993 年

(うらで・としかず／大阪府立大学大学院生命環境科学研究科助教／2013 年 6 月 24 日受理)

(うやま・みつる／近畿大学農学部准教授)

(みたむら・けんいち／近畿大学経済学部教授)

(かがわ・ぶんよう／龍谷大学経営学部教授)

A Role and Significance  
of the Central Wholesale Market in Local District  
—— An Analysis of Questionary Survey  
about Nara Central Wholesale Market ——

URADE Toshikazu

UYAMA Mitsuru

MITAMURA Kenichi

KAGAWA Bunyo

Recently, the wholesale quantity and value of commodities are decreasing on the wholesale markets under great change of environment surrounding them. In particular, the central wholesale markets in local district are sought their significance of existence.

The purpose of this paper is to make clear a role and significance of the central wholesale market in local district. The results of a questionnaire survey administered among marketers and actual demanders in Nara Central Wholesale Market, are as follows:

- (1) the main problems are improvement of the function of the collection of cargo, price formation function, information function.
- (2) the competitiveness among central wholesale markets is low.
- (3) it is important for the central wholesale market in local district to play a role for local actual demanders and local farmers.